



eyes

101052145

NUMERO DEL PROGETTO:

Manuale di FORMAZIONE

(Seconda parte)



Co-funded by
the European Union



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

1. **Presentazione del progetto**
2. **L'apprendimento formale, non formale e informale**
3. **Informazioni sull'imprenditoria sociale**
4. **Come costruire un'impresa sociale?**
5. **Il modello Entrecomp**
6. **Le competenze di un imprenditore sociale**
7. **15 laboratori**
 - **Motivazione, consapevolezza di sé e conoscenza di se stessi**
 - **Analisi dei bisogni**
 - **Analisi delle parti interessate**
 - **Analisi degli obiettivi della vostra impresa sociale**
 - **Valutazione della capacità e ambizione**
 - **Sviluppo di idee creative**
 - **Modelli di imprenditoria sociale**
 - **Definizione di obiettivi, missione e visione**
 - **Mappatura dei competitor**
 - **Marketing per le imprese sociali**
 - **Valutazione dell'impatto sociale**
 - **Programmi e raccolta fondi per startup sociali**
 - **Gestione finanziaria**
 - **Risorse umane**
 - **Espandersi, formarsi e crescere**
8. **La formazione dei formatori in Grecia**
9. **Gli Webinar**

1. Presentazione del progetto

"**EYES: Entrecomp to create Youth Employability and Social Values**" è un progetto di 24 mesi che coinvolge sei Paesi dell'UE e del Mediterraneo meridionale. Si basa su una serie di considerazioni relative ai giovani e alle sfide della società durante la pandemia. Inoltre, l'idea del progetto è quella di lavorare insieme per la ricostruzione e un nuovo inizio.

Il nostro progetto mira a sfruttare il potenziale dell'imprenditoria sociale e il suo fascino per le nuove generazioni, includendo un approccio al lavoro giovanile, per fornire una risposta alla carriera dei giovani e la possibilità di rispondere contemporaneamente alle sfide della società.

Con EYES vogliamo fornire alle ONG e agli operatori giovanili gli strumenti per promuovere ed educare i giovani all'imprenditorialità sociale e alla crescita sostenibile.

Il consorzio combinerà le pratiche imprenditoriali, l'approccio al lavoro giovanile e la metodologia dell'educazione non formale per fornire un insieme di competenze utili a costruire il loro progetto di imprenditorialità sociale. Analizzeremo il concetto di imprenditorialità sociale, in particolare tre aspetti:

- Competenze necessarie per creare un'iniziativa imprenditoriale con un impatto sociale, sulla base di ENTRECOMP
- Modelli per le idee imprenditoriali, in particolare il modello CANVAS applicato all'impresa sociale
- Diversi aspetti dell'impatto sociale legati agli SDGs

1.1. Obiettivi

I nostri obiettivi specifici sono:

- Mappare le esigenze, le idee, gli strumenti e le buone pratiche relative all'imprenditoria sociale dei Paesi del Mediterraneo e dell'UE.
- Sviluppare nuovi modelli educativi per fornire le competenze e le conoscenze necessarie ai giovani per sviluppare imprese sociali e agli attivisti e operatori giovanili per agire come moltiplicatori.
- Sostenere la creazione di reti intersettoriali locali e online che lavorino per la creazione di nuove iniziative imprenditoriali di impatto sociale.
- Rafforzare la cooperazione euromediterranea per fornire risposte alle sfide comuni dei giovani, come la disoccupazione, la migrazione e la ricostruzione post-covid.

1.2. I partner del progetto EYES sono:

- **Associazione TDM 2000**, Italia. (Coordinatore)
- **Istituto per lo sviluppo dell'imprenditorialità, IED**, Grecia.
- **Fundación Xul**, Spagna.
- **SEEDS**, Giordania.
- **Have a Dream**, Egitto.
- **Les Scouts Tunisiens, LST**, Tunisia.

PARTNER



2. L'apprendimento formale, non formale e informale

L'**educazione non formale (NFE)** può essere definita come una metodologia educativa strutturata che privilegia metodi di apprendimento dinamici, creativi e cooperativi (come giochi di ruolo, simulazioni, disegni e discussioni di gruppo) piuttosto che un approccio formale fatto di lezioni e percorsi di apprendimento imposti.

Deve essere distinto dall'**apprendimento informale** (che, a volte, potrebbe essere incorporato nei nostri programmi), in quanto si tratta di una sorta di "apprendimento accidentale", che riguarda tutte le competenze acquisite nella vita quotidiana nell'ambito della famiglia, del lavoro, del tempo libero e dello sport, senza obiettivi, motivazioni o programmi prestabiliti, e può accadere che non vi sia alcuna intenzione cosciente di apprendere e che non si abbia nemmeno la consapevolezza che si sta imparando.

L'Educazione Non Formale, invece, è consapevole e volontaria e sempre strutturata con programmi, orari, tempi gestiti, obiettivi prefissati e un ciclo di valutazione.

L'educazione non formale presenta queste caratteristiche:

- *Fuori dagli edifici formali.* A differenza dei programmi formali che si svolgono nelle scuole o nelle università, in genere questi programmi possono svolgersi in vari luoghi, tra cui la natura o, nel nostro caso, i campi da calcio/sportivi.
- *Non gerarchico.* Il processo di apprendimento nelle NFE prevede che i formatori/facilitatori siano allo stesso livello degli "studenti" o dei partecipanti. Tutti possono imparare gli uni dagli altri e il formatore è più una guida (che fornisce anche input teorici e approfondimenti, se necessario) che un insegnante.
- *Volontario.* Le attività che rientrano in questa cornice non sono mai obbligatorie, ma i partecipanti devono essere motivati a prendervi parte.
- *Spazio sicuro.* All'inizio è importante costruire un buon gruppo di lavoro in cui tutti possano sentirsi al sicuro e rispettati, perché avremo bisogno del contributo di tutti, senza vergogna di esprimere opinioni diverse o paura di sbagliare.
- *Strutturato con obiettivi precisi.* Come già detto, la NFE è sempre strutturata e ogni singola attività ha una serie di obiettivi da raggiungere al termine della stessa, che possono essere valutati alla fine.
- *Obiettivi educativi.* Anche se alcune attività possono essere molto giocose o divertenti, il divertimento in sé non dovrebbe mai essere l'obiettivo finale delle attività NFE, ma solo una spinta a far sì che i partecipanti si godano il loro apprendimento. Tutte le attività hanno come obiettivo finale quello di produrre un'esperienza di apprendimento o di essere strumentali per renderla il più produttiva possibile (come nel caso delle attività di team building, ad esempio).

- *Esperienziale.* La formazione non formale privilegia la pratica rispetto alla teoria. I partecipanti devono fare un'esperienza (una simulazione, un gioco di qualche tipo, un brainstorming su un argomento) e poi rifletterci sopra facendo un debriefing dell'esperienza con il coach/formatore e andando avanti per trovare soluzioni a questioni identificate, da applicare nella loro vita quotidiana e in modo sistematico. I partecipanti dovrebbero essere sempre invitati a "imparare facendo".
- *Stimola la creatività e la partecipazione.* I laboratori sviluppati vogliono che i partecipanti usino la loro creatività e immaginazione. Più i partecipanti sono stimolati a prendere parte alle discussioni e al lavoro, più l'intero gruppo beneficerà delle conoscenze e delle idee degli altri.
- *Centralità del discente.* Le attività devono sempre essere incentrate sulle esigenze dei partecipanti, in termini di obiettivi, ma anche di capacità e conoscenze. Tutto deve essere adattato al gruppo di partecipanti per ottenere il massimo impatto.
- *Approccio olistico.* Mentre l'istruzione formale privilegia in genere l'acquisizione di conoscenze teoriche e meno la pratica, l'ENF lavora per influenzare le nostre azioni in tre dimensioni dell'apprendimento: Conoscenze (o ciò che si ottiene con il cervello), Abilità (ciò che si può fare con le mani) e Atteggiamenti (comportamenti e valori guidati dal nostro cuore).
- *Cooperazione vs. competizione.* Piuttosto che cercare di capire chi è il miglior "studente della classe", il nostro approccio mette le persone in gruppo per cooperare verso l'apprendimento comunitario piuttosto che indulgere nel verificare chi ne sa di più su un determinato argomento. L'obiettivo finale è l'apprendimento, dopotutto, quindi il fatto che qualcuno ne sappia meno non dovrebbe mai essere un ostacolo. Se qualcuno sa molto su un certo argomento, dovrebbe essere invitato a condividere il più possibile la sua esperienza con gli altri.
- *Autovalutazione e nessun voto o diploma.* Nessuno può giudicare il livello di preparazione raggiunto da un partecipante nell'ambito dei laboratori didattici sviluppati. Dovrebbe invece esserci un processo di valutazione che comprenda uno stimolo all'autovalutazione per consentire ai partecipanti di rendersi conto da soli di ciò che hanno appreso durante le attività. Per questo motivo, nessuno può dare voti o punteggi, né fare esami di alcun tipo.



Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione Europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'EACEA possono esserne ritenute responsabili.

3. Informazioni sull'imprenditoria sociale

L'**imprenditorialità sociale** è un approccio per sviluppare, finanziare e implementare soluzioni a problemi sociali, culturali o ambientali.

Questo concetto può essere applicato a un'ampia gamma di organizzazioni, che variano per dimensioni, struttura e obiettivi.

Gli imprenditori a scopo di lucro misurano tipicamente le prestazioni utilizzando metriche aziendali come il profitto, i ricavi e l'aumento del prezzo delle azioni. Gli imprenditori sociali, invece, tendono a fondere gli obiettivi di profitto, per essere in grado di autosostenere la propria attività, con la generazione di un "ritorno alla società" positivo, che viene solitamente misurato attraverso indicatori chiave di performance e il raggiungimento di obiettivi sociali.

Pertanto, devono utilizzare parametri diversi. L'imprenditoria sociale cerca di perseguire obiettivi sociali, culturali e ambientali di ampio respiro, spesso associati al settore del volontariato in aree quali la riduzione della povertà, l'assistenza sanitaria, la sostenibilità ambientale e lo sviluppo della comunità. Ad esempio, un'organizzazione che si prefigge di fornire alloggi e lavoro ai senzatetto può gestire un ristorante, sia per raccogliere fondi che per dare lavoro ai senzatetto. Altri esempi possono essere trovati tra le migliori pratiche elencate nel nostro sito web <https://socialentrepreneurship-youth.eu>.

Il dibattito sulla base della quale gli individui o le organizzazioni possono essere definiti imprenditori sociali è ancora in corso. Finora non c'è stato un consenso deciso sulla definizione di imprenditorialità sociale, poiché all'imprenditorialità sociale sono associati molti campi, discipline e tipi di organizzazione diversi, che vanno dalle imprese a scopo di lucro ai modelli ibridi che combinano il lavoro caritatevole con le attività commerciali, fino alle associazioni di beneficenza senza scopo di lucro, alle organizzazioni di volontariato e alle organizzazioni non governative, a seconda anche della cultura e del sistema giuridico del Paese in cui hanno sede.

L'UE la definisce come un'*entità che combina l'attività imprenditoriale con uno scopo sociale. Il suo scopo principale è quello di avere un impatto sociale, piuttosto che massimizzare il profitto per i proprietari o gli azionisti. Le imprese che forniscono servizi sociali e/o beni e servizi a persone vulnerabili sono esempi tipici di imprese sociali.*

Maggiori informazioni sull'imprenditoria sociale nei 6 Paesi coinvolti in EYES sono disponibili anche nel Manuale 1, sviluppato nell'ambito di questo progetto.

4. Come costruire un'impresa sociale?

- 1) Prima di intraprendere questa strada, chiedetevi cosa vi spinge a farlo. È essenziale che abbiate ben chiaro il vostro scopo sociale, perché sarà questo a differenziarvi da un'azienda tradizionale.
- 2) Ricordate che una buona idea imprenditoriale deve essere radicata nella realtà del mercato. Sebbene possiate essere motivati dalla vostra idea iniziale a procedere lungo la strada dello sviluppo di un'impresa sociale, ricordate che più avanti nel processo potreste doverla modificare o abbandonare completamente se non c'è mercato.
- 3) Lavorate per identificare tutte le persone e le organizzazioni che hanno un legame o un'influenza sulla vostra organizzazione.
- 4) Valutate la vostra cultura aziendale e gli elementi fondamentali per la vostra attività, come i rischi e le capacità. Considerate cosa potrebbe farvi fallire e come reagireste.
- 5) Pensate a una serie di approcci diversi che potreste adottare per avviare un'attività, piuttosto che aspettare un'illuminazione che vi indichi la strada esatta da seguire.
- 6) Determinate se e quale sia il mercato per la vostra idea e preparatevi ad analizzarlo a fondo e a testare il vostro prodotto o servizio.
- 7) Valutate quali risorse dovrete reperire per avviare la vostra idea e dove potreste trovarle. Pensate alle strategie che potreste seguire per raccogliere fondi, trovare risorse umane, spazi, beni e altro ancora.
- 8) Create un piano dettagliato cercando di considerare tutti gli aspetti che potreste dover prendere in considerazione e la strategia puntuale che intendete seguire, nonché il modo in cui misurare i risultati ottenuti (questo manuale vi aiuterà a riflettere).
- 9) Andate sul mercato e iniziate a lavorare duramente!



Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione Europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'EACEA possono esserne ritenute responsabili.

5. Il modello Entrecomp

Il modello EntreComp è il quadro di riferimento sviluppato dalla Commissione Europea per spiegare cosa si intende per mentalità imprenditoriale.

Il modello mira a rendere gli individui, i team e le organizzazioni in grado di agire in base alle opportunità e alle idee, di lavorare con gli altri e di gestire carriere dinamiche e di plasmare il futuro per il bene comune.

L'Entrecomp definisce l'imprenditorialità come *la capacità di agire su opportunità e idee e di trasformarle in valore per gli altri. Il valore creato può essere finanziario, culturale o sociale.*

Con queste premesse, è chiaro che questo modello è molto importante anche per il nostro progetto, che si basa sul quadro Entrecomp per lavorare sulla costruzione di valore sociale attraverso iniziative imprenditoriali create e gestite da giovani.

Questo quadro di riferimento comune identifica *15 competenze in tre aree chiave* che descrivono cosa significa essere imprenditori, offrendo una descrizione completa delle conoscenze, delle abilità e delle attitudini necessarie.

Le *tre aree chiave* (Idee e opportunità, Risorse e Azione) riguardano l'impostazione iniziale di un progetto o di un'impresa imprenditoriale, le competenze necessarie per lavorare efficacemente con se stessi, con altri esseri umani e con le risorse materiali e l'attuazione pratica di un'idea imprenditoriale.

Ogni area contiene un insieme di 5 competenze correlate, per un totale di 15 che creano, secondo il modello, una mentalità imprenditoriale. Il

Le competenze sono inoltre ulteriormente approfondite e suddivise in "filoni" (60 in totale), che descrivono e spiegano il significato pratico della competenza specifica. L'elenco completo dei filoni è disponibile nella [Guida all'uso di Entrecomp Into Action](#).

Ogni competenza può essere padroneggiata a 8 diversi livelli di progressione, da Foundation a Expert, e il quadro elenca un totale di 442 risultati di apprendimento che possono essere raggiunti nelle aree rilevanti per la mentalità imprenditoriale.

Il progetto EYES e il presente manuale si basano sulle abilità e le competenze necessarie per essere un imprenditore sociale sulla base di questo modello.

Ulteriori informazioni sul modello EntreComp sono disponibili sul [sito ufficiale della CE, qui](#).



6. Le competenze di un imprenditore sociale

Il progetto EYES mira a fornire ai giovani le abilità, le conoscenze e le competenze necessarie per diventare imprenditori sociali di successo.

Questo include un grande lavoro su diversi concetti e l'idea di capire quali competenze sono necessarie per avviare un'impresa sociale, dall'idea, ai valori fondanti, all'analisi del campo prima dell'inizio, alla gestione e ai molti aspetti che compongono un'avventura imprenditoriale.

Molti di questi sono comuni alle attività imprenditoriali tradizionali, ma alcuni sono più specifici o importanti di altri quando si vuole creare un'impresa con uno scopo e un impatto sociale.

Quando abbiamo pensato ai concetti importanti da tenere a mente nello sviluppo del percorso educativo per un futuro imprenditore sociale, abbiamo preso in considerazione l'educazione imprenditoriale tradizionale, il modello Entrecomp, i risultati della nostra analisi sul campo (disponibili nel manuale 1 di queste pubblicazioni) e i risultati delle mobilità internazionali che abbiamo svolto in Egitto e in Grecia.

Il risultato è un insieme di competenze considerate fondamentali per approfondire l'idea di diventare un imprenditore sociale, e che abbiamo fuso all'interno dei nostri workshop e dei webinar che abbiamo sviluppato successivamente, disponibili sul nostro sito <http://socialentrepreneurship-youth.eu/eyes>.

L'elenco (non esaustivo e non in ordine di importanza) è il seguente:

- Leadership
- Solidarietà
- Etica aziendale
- Collegamento in rete
- Comunicazione
- Lavoro di squadra,
- Mente analitica
- Alfabetizzazione finanziaria
- Competenze manageriali
- Consapevolezza di sé
- Ambizione
- Capacità di valutazione
- Creatività
- Positività
- Risoluzione dei problemi
- Pensiero critico
- Coinvolgimento della comunità
- Imparare dagli errori

7. 15 Workshop

Ecco l'elenco dei laboratori che troverete in questo manuale. Sul nostro sito web <http://socialentrepreneurship-youth.eu/eyes> potete trovare ulteriori informazioni e presentazioni, spunti da imprese sociali già esistenti e link ad altri progetti, strumenti e alla nostra comunità.

- 1) Motivazione, consapevolezza di sé e conoscenza di se stessi
- 2) Analisi dei bisogni
- 3) Analisi delle parti interessate
- 4) Analisi degli obiettivi della vostra impresa sociale
- 5) Valutazione della capacità e ambizione
- 6) Sviluppo di idee creative
- 7) Modelli di imprenditoria sociale
- 8) Definizione di obiettivi, missione e visione
- 9) Mappatura dei competitor
- 10) Marketing per le imprese sociali
- 11) Valutazione dell'impatto sociale
- 12) Raccolta fondi e programmi per le startup sociali
- 13) Gestione finanziaria
- 14) Risorse umane
- 15) Espandersi, formarsi e crescere

7.1 - Motivazione, consapevolezza di sé e conoscenza di se stessi

Titolo del workshop: <i>Da te stesso al tuo social business</i>
Numero di workshop: <i>1</i>
Argomenti: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Consapevolezza di sé</i> • <i>Valori</i> • <i>Motivazione</i>
Metodi utilizzati (ad es. brainstorming, simulazione, collage, teatro...): <i>Auto-riflessione,</i> <i>Discussioni, lavoro in piccoli gruppi, negoziazioni, brainstorming</i>
Gruppo target: <i>Giovani di età compresa tra 16 e 30 anni - Gruppo ideale di 8-24 persone</i>
Tempo: 120 minuti
Materiali: <i>Carta, pennarelli, lavagne a fogli mobili, nastro adesivo, eventuale proiettore.</i>
Obiettivi: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Conoscere meglio se stessi e capire quali sono i propri valori e le proprie priorità.</i> • <i>Per ottenere la motivazione a guidare il cambiamento attraverso le imprese sociali</i> • <i>Avviare idee di imprenditoria sociale partendo da valori e obiettivi personali.</i>
Attività: Introduzione (10 minuti) - Introdurrete l'attività spiegando che nella prossima sessione lavoreremo per esplorare meglio chi siamo e quali sono i nostri valori principali, conoscendo meglio noi stessi per capire cosa ci appassiona. Si può iniziare ponendo un paio di domande come le seguenti per riscaldarsi, oppure si possono usare nel debriefing: <ul style="list-style-type: none"> - Pensate di sapere bene chi siete? - È facile o difficile definire se stessi per qualcun altro? - Quanto spesso riflettete su chi siete?

- Come sta influenzando il vostro modo di pensare e di comportarvi?

Chi sono io? (15 minuti)

Chiedete ai partecipanti di prendere un foglio o il telefono e di pensare, individualmente, a chi sono e di scrivere 10 parole/caratteristiche che definiscono chi sono, in 5-10 minuti.

Al termine si può chiedere se è stato facile o difficile trovare 10, definirsi e perché. Potete anche chiedere loro di verificare chi di loro ha deciso di inserire le seguenti caratteristiche (a titolo di esempio):

- Genere
- Età
- Nazionalità
- La religione
- Lavoro/occupazione
- Tratti personali
- Competenze

Si può poi discutere su quanto siano importanti, secondo loro, per definire sé stessi e perché.

Descriviti (25 minuti):

L'esercizio successivo prevede che le persone siano divise in coppie.

Per i primi 3 minuti una persona può descriversi all'altra e, dopo aver finito, la seconda persona fa lo stesso.

L'unica regola è che l'altra persona deve solo ascoltare e non può fare domande.

Nella fase successiva, avranno a disposizione 5 minuti ciascuno per ripetere l'esperienza, ma possono rivolgersi tutte le domande che vogliono.

Alla fine, chiedete di riflettere sull'esperienza.

Che differenza c'era tra il primo e il secondo? Quali erano le differenze?

In quale caso è stato più facile scoprire di più sull'altro? Avete scoperto qualcosa di nuovo su di voi o avete riflettuto su alcuni aspetti a cui non pensavate prima? Sono apparse anche alcune domande nella vostra mente?

Ricordate che lo stesso esercizio può essere fatto su qualsiasi cosa abbiate in mente che apparentemente sembra essere molto chiara, come quando si tratta di pensare a chi siete, e che discutere con gli altri è una parte molto importante dell'analisi delle vostre idee, quindi può essere un esercizio utile da praticare anche per la vostra futura impresa sociale. Spiegate che nella prossima parte cercheremo di collegare i pensieri su di voi con ciò che vi motiva e infine con alcune possibili idee di imprenditoria sociale.

Quali sono i nostri valori comuni (20 minuti)?

Chiedete ai partecipanti di lavorare di nuovo individualmente e di scrivere in un elenco i 5 valori principali che li guidano nella loro vita e che sono importanti per loro.

I 5 valori devono essere classificati in ordine di importanza e scritti su un foglio (potete usare lo stesso di prima sul retro) per essere visibili.

Se i partecipanti hanno difficoltà a capire cosa sono i valori, date loro alcune definizioni ed esempi, come "Giustizia", "Libertà", "Indipendenza", "Denaro", "Uguaglianza", "Fama", "Famiglia", "Religione", ecc.

Dopo aver fatto la lista, chiedete loro di attaccarla sul petto con un pezzo di nastro adesivo. Da quel momento, hanno 10 minuti per andare in giro e vedere le liste degli altri. Dopo l'esercizio di prima, sanno come dialogare e fare domande, e possono farne quante ne vogliono, oltre che discutere.

Dopo aver discusso con gli altri, devono raggrupparsi in gruppi di 3-5 persone,

in base a valori simili che trovano nelle loro liste o di cui discutono.

Ad esempio, se alcune persone hanno valori diversi, ma vedono che vanno tutti nella stessa direzione, con valori che possono essere considerati simili, possono usare altri termini come "solidarietà" o di "prosperità" che possono raggrupparli.

Collegare i valori alle idee (30 minuti)

Dopo aver individuato il proprio gruppo, chiedete ai partecipanti di utilizzare i valori che hanno in comune per riflettere sui seguenti aspetti:

- Cosa conta di più per loro
- Cosa vedono nella loro società, nell'ambiente, nella comunità, che non è in linea con le loro idee e i loro valori?
- Cercate di individuare un problema principale per il quale vorrebbero fare qualcosa.

Su questa base, i gruppi devono pensare a quali azioni potrebbero essere concretamente utili per risolvere il problema o dare una risposta nel loro contesto, che potenzialmente in seguito potrebbe essere sviluppata.

È importante che prendano sul serio questo compito e che utilizzino tutto il tempo possibile per cercare di sviluppare il maggior numero possibile di idee e di dettagli, poiché si presume che abbiano davvero a cuore la questione.

Conclusioni (10 minuti)

I gruppi di partecipanti, uno alla volta, presentano il risultato della loro discussione e ciò che

che hanno proposto.

Gli altri partecipanti possono porre domande.

Dispense (se presenti)

Se i partecipanti hanno difficoltà a comprendere i valori, potete fornire questo elenco pronto:

TOLLERANZA - AMORE - PAZIENZA - CURIOSITÀ - ACCETTAZIONE DELLA CULTURA ALTRUI
- APERTURA MENTALE - COMPrensIONE - DIVERSITÀ - LIBERTÀ - CORRETTEZZA -

GIUSTIZIA - AMICIZIA - COMPETIZIONE - UGUAGLIANZA - INDIPENDENZA - NON
DISCRIMINAZIONE - FEDELITÀ - DIGNITÀ - RISPETTO DEMOCRAZIA - DIRITTI UMANI -
VERITÀ - CORAGGIO CIVILE - NAZIONALISMO - ORGOGLIO - SOLIDARIETÀ (AIUTARE GLI
ALTRI) - GENEROSITÀ - CARITÀ - CURA - PRIVACY - ARTE - SERVIZIO PUBBLICO - EMPATIA -
REALIZZAZIONE PROFESSIONALE - SFIDA PSICHICA - CRESCITA - PIACERE - AVANZAMENTO
E PROMOZIONE - AVVENTURA - AVERE UNA FAMIGLIA - POTERE E AUTORITÀ - AFFETTO
(AMORE E CURA) - ONESTÀ - PUREZZA - QUALITÀ DI CIÒ CHE PARTECIPO - COMUNITÀ -
ARMONIA INTERIORE - RICONOSCIMENTO (RISPETTO DA PARTE DEGLI ALTRI) - RELIGIONE
- COMPETIZIONE - RESPONSABILITÀ - SICUREZZA - CREATIVITÀ - DEMOCRAZIA - SERENITÀ
- LEALTÀ - ESSERE FEDELE - MERITOCRAZIA ONESTÀ - PUREZZA - QUALITÀ DI CIÒ A CUI
PARTECIPO - COMUNITÀ - ARMONIA INTERIORE - RICONOSCIMENTO (RISPETTO DA
PARTE DEGLI ALTRI) - RELIGIONE - COMPETIZIONE - RESPONSABILITÀ - SICUREZZA -
CREATIVITÀ - DEMOCRAZIA - SERENITÀ - LEALTÀ - ESSERE FEDELE - MERITOCRAZIA - PACE
- DENARO - SAGGEZZA - FAMA - SVILUPPO PERSONALE - STABILITÀ ECONOMICA.

Commenti aggiuntivi (se presenti):

*I tempi possono essere molto diversi a seconda di quanto i partecipanti abbiano
bisogno di scavare dentro di sé per riflettere.*

*Inoltre, a seconda dell'ampiezza del gruppo, può essere necessario più o meno
tempo.*

7.2 Analisi dei bisogni

<p>Titolo del workshop: <i>Perché l'analisi dei bisogni è importante per un imprenditore sociale</i></p>
<p>Numero di workshop: 2</p>
<p>Argomenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Introduzione dell'analisi dei bisogni per gli imprenditori sociali.</i> • <i>Imparate a condurre un'analisi dei bisogni con facilità.</i> • <i>Acquisire la conoscenza di come utilizzare i risultati di un'analisi dei bisogni per sviluppare soluzioni efficaci.</i>
<p>Metodi utilizzati: <i>Presentazioni, studi di casi e discussioni di gruppo</i></p>
<p>Gruppo target: <i>Organizzazioni non profit, leader della comunità, proprietari di aziende, operatori giovanili, imprenditori sociali, responsabili politici, giovani</i></p>
<p>Tempo: <i>90-120 minuti</i></p>
<p>Materiali: <i>Una struttura spaziosa (ad esempio, una sala conferenze, per adattarsi alle dimensioni del gruppo), schermo o proiettore, lavagne a fogli mobili, lavagna bianca o a fogli mobili, post-it. e marcatori</i></p>
<p>Obiettivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Acquisire una profonda comprensione dell'importanza dell'analisi dei bisogni per gli imprenditori sociali.</i> • <i>Imparate a condurre un'analisi dei bisogni con facilità.</i> • <i>Acquisire conoscenze su come utilizzare i risultati di un'analisi dei bisogni per sviluppare soluzioni efficaci.</i> • <i>Comprendere il ruolo cruciale del coinvolgimento degli stakeholder nell'analisi dei bisogni.</i> • <i>Imparare ad allocare le risorse in modo efficace sulla base dei risultati di un'analisi dei bisogni.</i> • <i>Comprendere l'importanza del monitoraggio e della valutazione nell'analisi dei bisogni.</i>

Attività:**Introduzione all'analisi dei bisogni (25 min)**

Discussioni interattive di gruppo: I partecipanti possono essere divisi in piccoli gruppi e ricevere uno scenario relativo all'analisi dei bisogni. Possono discutere e proporre un piano d'azione basato sullo scenario, che può poi essere presentato al gruppo più ampio per un feedback e una discussione.

• Casi di studio (25 min)

Per illustrare i concetti e i principi dell'analisi dei bisogni si possono utilizzare casi di studio reali. Ai partecipanti può essere chiesto di analizzare i casi di studio e di giungere ad un'analisi dei bisogni.

• Sessioni di brainstorming (40 min)

Si può chiedere ai partecipanti di fare un brainstorming di idee relative all'analisi dei bisogni, come i metodi di raccolta dei dati o le strategie di coinvolgimento degli stakeholder. Le idee possono essere registrate e discusse in gruppo.

• Esercizio di analisi dei bisogni e presentazioni (35 min)

I partecipanti possono ricevere un modello di analisi dei bisogni e chiedere loro di compilarlo sulla base di uno scenario ipotetico. I risultati possono essere discussi in gruppo e si può fornire un feedback su come migliorare l'analisi.

• Riflessione e conclusione (5 min)

Riunite tutti i partecipanti per una discussione riflessiva. Chiedete loro di condividere le loro intuizioni sul workshop, ciò che hanno imparato e come possono applicare le conoscenze a situazioni reali.

Invitate i partecipanti a scrivere i loro punti chiave su foglietti adesivi e ad affiggerli su una lavagna designata in modo che tutti possano vederli.

Dispense (se presenti):

Le presentazioni si trovano nella cartella dedicata in google drive:

<https://drive.google.com/drive/folders/1Y2UdM66G2wxdY9ctpTJXgzF4IBPhyl55>.

Commenti aggiuntivi (se presenti):

Ulteriori risorse sono disponibili su questi siti:

- https://youtu.be/TDZ6_iVZlt0?si=W1apefYq_BSDAb0W
- <https://simplicable.com/new/business-needs-analysis>
- https://www.linkedin.com/advice/0/what-most-effective-needsanalysis-metodi?utm_source=share&utm_medium=member_android&utm_campaign=share_via

7.2 - Analisi delle parti interessate

Titolo del workshop: <i>Analisi degli stakeholder</i>
Numero di workshop: 3
Argomenti: <i>Analisi degli stakeholder, gestione del progetto</i>
Metodi utilizzati: Workshop interattivo, esercizi di gruppo e discussioni di gruppo
Gruppo target: Giovani dai 16 ai 35 anni, studenti, giovani lavoratori, giovani imprenditori
Tempo: 120 minuti
Materiali: <i>Lavagna bianca/lavagna a fogli mobili, lavagne a fogli mobili, note adesive, pennarelli, timer.</i>
Obiettivi: <ul style="list-style-type: none">• Far conoscere ai partecipanti il ruolo centrale degli stakeholder per il successo di un progetto o di un'impresa.• Fornire ai partecipanti le tecniche fondamentali per identificare, valutare e comprendere gli interessi e le preoccupazioni degli stakeholder.• Mettere i partecipanti in condizione di utilizzare le strategie essenziali per coinvolgere le parti interessate. promuovere efficacemente la collaborazione e migliorare i risultati del progetto.

Attività:

Icebreaker (10 min)

Attività divertente per aiutare i partecipanti a familiarizzare e creare un'atmosfera amichevole all'inizio del workshop.

Introduzione all'analisi degli stakeholder (30 min):

Panoramica sull'importanza degli stakeholder, sul loro ruolo e sui metodi di base per comprendere le loro esigenze. Scoprire le informazioni su <https://www.productplan.com/glossary/stakeholder-analysis/>

Esercizio di mappatura degli stakeholder (45 min) :

Dividete i partecipanti in 2 o 3 gruppi e assegnate a ciascun gruppo una specifica questione progettuale o un'idea di business sociale (potete trovare casi ed esempi nel nostro sito web):

- Identificare gli stakeholder coinvolti nel progetto assegnato, considerando le diverse prospettive e gli interessi rappresentati.
- Analizzare le preoccupazioni, gli interessi e il potenziale impatto delle parti interessate sulla questione del progetto.
- Discutete e proponete strategie per gestire efficacemente questi stakeholder per affrontare il problema del progetto.

<https://www.sessionlab.com/methods/stakeholder-analysis>

Presentazioni (25 minuti): Ogni gruppo condivide l'analisi dei problemi del progetto, identifica le parti interessate, discute le preoccupazioni, suggerisce strategie e prevede i potenziali risultati. Incoraggiate una discussione per confrontare i metodi e le idee di ciascun gruppo.

Conclusione e sintesi (10 min): Riassumere i punti chiave e le intuizioni ottenute dall'analisi di scenario + sottolineare l'importanza del coinvolgimento degli stakeholder per il successo del progetto.

Dispense (se presenti)

- Panoramica sull'analisi degli stakeholder: Definizione, vantaggi e strumenti <https://www.productplan.com/glossary/stakeholder-analysis/>
- Guida all'esercizio di mappatura dell'analisi delle parti interessate <https://www.sessionlab.com/methods/stakeholder-analysis>
- Modelli ed esempi di mappatura delle parti interessate <https://miro.com/templates/stakeholder-analysis/>

Commenti aggiuntivi (se presenti):

1. Assicuratevi che tutti i partecipanti partecipino alle discussioni e alle attività.
2. Fornire un feedback costruttivo e una motivazione continua ai partecipanti.

7.3 - Analisi degli obiettivi della vostra impresa sociale

<p>Titolo del workshop: <i>"Guidare il cambiamento sociale: Strategie innovative per catturare e coinvolgere il pubblico nelle imprese sociali".</i></p>
<p>Numero di workshop: 4</p>
<p>Argomenti:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cosa sono le imprese sociali 2. Analisi degli obiettivi della vostra impresa sociale
<p>Metodi utilizzati: <i>Workshop interattivo, esercizi di gruppo e discussioni di gruppo</i></p>
<p>Gruppo target: <i>Da 5 a 20 giovani, studenti, operatori giovanili, giovani imprenditori.</i></p>
<p>Tempo: <i>90-120 minuti</i></p>
<p>Materiali: <i>Computer con connessione a Internet, proiettore per le presentazioni, diapositive con la teoria e gli strumenti, lavagne bianche/flipchart e pennarelli. fogli di lavoro per ogni gruppo.</i></p>
<p>Obiettivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Saper identificare il pubblico</i> • <i>Imparare a conoscere il proprio pubblico</i>
<p>Attività:</p> <p>Introduzione e contestualizzazione (5 min.)</p> <p>Come fare un'analisi degli obiettivi della vostra impresa sociale?</p> <p>È possibile utilizzare la presentazione PPT di questo modulo contenuta nel drive all'indirizzo https://drive.google.com/drive/folders/1Y2UdM66G2wxdY9ctpTJXgzF4IBPhyl55.</p> <p>Identificazione delle caratteristiche del pubblico (20 min)</p> <p>Chiedete ai partecipanti di annotare le caratteristiche generali del loro pubblico target attuale o potenziale. Tra queste, le caratteristiche demografiche come l'età, il sesso, l'istruzione e l'ubicazione, nonché le caratteristiche dei comportamenti, delle esigenze e delle motivazioni.</p> <p>Profilazione del cliente - (20 min)</p> <p>I partecipanti devono raggruppare le caratteristiche identificate in diversi profili di clienti. Dovranno assegnare a ciascun profilo un nome fittizio e descriverlo nel</p>

modo il più completo possibile, includendo informazioni sulle loro esigenze, i loro desideri, le loro sfide e il modo in cui la vostra impresa sociale può aiutarli.

Presentazione dei profili dei clienti (15 min)

I partecipanti presenteranno agli altri gruppi uno dei profili di clienti che hanno creato. Dovranno spiegare perché pensano che questo profilo specifico sarebbe interessato ai prodotti o ai servizi offerti dall'impresa sociale.

Discussione e feedback (15 min)

Gli altri partecipanti potranno dare la loro opinione e il loro feedback sui profili presentati. Discuteranno inoltre dell'importanza di essere sempre in contatto con il pubblico di riferimento e di essere consapevoli dei suoi cambiamenti e delle sue esigenze per potersi adattare ad essi.

Dispense (se presenti):

Commenti aggiuntivi (se presenti):

1. Assicuratevi che tutti i partecipanti partecipino alle discussioni e alle attività.
 2. Fornire un feedback costruttivo e una motivazione continua ai partecipanti.
 3. Adattare il contenuto e il focus della sessione in base alle esigenze e al livello di competenza dei partecipanti.
 4. Se necessario, è possibile concedere più tempo, fino a 120 minuti in totale, se il numero di partecipanti è maggiore.
- presentare, poiché potrebbero aver bisogno di più tempo per farlo.

7.4 - Valutazione della capacità e ambizione

Titolo del workshop: <i>Innovare semplicemente</i>
Numero di workshop: 5
Argomenti: <i>Tipi di progetti imprenditoriali in base alle idee, Come generare l'idea (processo di generazione dell'idea), Convalida dell'idea (proposta di valore).</i>
Metodi utilizzati: <i>Presentazioni interattive, brainstorming, discussioni di gruppo.</i>
Gruppo target: <i>Da 10 a 20 giovani interessati all'imprenditoria sociale, giovani imprenditori sociali, giovani attivi nelle ONG.</i>
Tempo: 120 minuti
Materiali: <i>Proiettore e schermo per le presentazioni, lavagne a fogli mobili, pennarelli, post-it adesivi.</i>
<p>Obiettivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Fornire ai partecipanti un approccio strutturato alla generazione di idee, guidandoli attraverso processi e tecniche creative per ispirare l'innovazione e identificare potenziali iniziative imprenditoriali.</i> • <i>Consentire ai partecipanti di convalidare le loro idee in modo efficace, introducendole al concetto di proposta di valore.</i>
<p>Attività:</p> <p>Energizer (10 min) È possibile eseguire diversi tipi di energizer per attivare le persone e renderle pronte ad ascoltare, fare domande e lavorare insieme.</p> <p>Introduzione (10 min) Iniziate con un caloroso benvenuto ed esprimete entusiasmo per l'interesse dei partecipanti verso l'imprenditoria sociale. Condividete un breve aneddoto personale o rilevante che evidenzi il potere di trasformazione delle idee innovative nel percorso imprenditoriale. Sottolineare l'importanza della creatività, della generazione di idee e della loro convalida per dare forma a iniziative imprenditoriali di successo. Schema del paesaggio imprenditoriale: Fornire un'istantanea del variegato panorama imprenditoriale, sottolineando che le idee sono il cuore pulsante di ogni progetto di successo. Introdurre brevemente i tre argomenti chiave del workshop: tipi di progetti imprenditoriali, processi di generazione di idee e validazione delle idee attraverso la proposta di valore.</p> <p>Iniziare a discutere i tipi di progetti imprenditoriali in base alle idee (20 min.) Invitate i partecipanti a esplorare i seguenti 4 tipi di idee imprenditoriali</p>

Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

e chiedete loro, in piccoli gruppi, di indicare gli esempi pratici che conoscono nelle loro realtà o in generale. Ogni gruppo prenderà in considerazione un diverso tipo di idea di progetto imprenditoriale e cercherà di lavorarci su:

- Idee di progetti imprenditoriali che forniscono soluzioni a problemi già risolti.
- Idee progettuali imprenditoriali che sviluppano le soluzioni attuali a problemi già risolti.
- Idee progettuali imprenditoriali che forniscono una nuova soluzione a problemi già risolti.
- Progetti imprenditoriali che forniscono una nuova soluzione a problemi non risolti.

In seguito, saranno invitati a fornire 1-2 esempi che hanno trovato. Possono anche indicare i problemi su cui vorrebbero lavorare e perché.

Discutere su come generare la propria idea (processo di generazione dell'idea) (30 min)

Presentate i seguenti aspetti della generazione di idee che possono rappresentare un processo di elaborazione di idee per risolvere i problemi a cui i gruppi di partecipanti sono interessati.

- Identificazione degli interessi personali per le idee imprenditoriali
- Un approccio alla generazione di idee basato sulla risoluzione dei problemi
- Osservazione e ricerca di mercato come catalizzatori di idee
- Potenziare le idee attraverso sessioni di brainstorming dinamico
- Visualizzazione delle connessioni per idee innovative
- Ispirazione per nuove prospettive
- Test delle idee
- Collaborazione e feedback nel perfezionamento delle idee

Fate lavorare i gruppi di partecipanti su questo schema partendo dal problema che hanno e verificando come lavorare sull'idea dall'inizio alla fine.

Discutere come convalidare la propria idea (Value Proposition Canvas) (20 min)

Presentare le due parti della proposta di valore:

Il cerchio:

- Lavori del cliente (attività in cui è impegnato)
- Dolori del cliente (problemi che incontra in quelle attività)
- Guadagni del cliente (cosa renderebbe la sua vita più facile)

Il Quadrato:

- Prodotti e servizi (cosa volete offrire)
- Alleviare il dolore (come togliere i problemi ai clienti)
- Creatori di guadagno (quale valore offre ai clienti)

Chiedete ai partecipanti di provare a lavorare su quelli che partono dalla loro idea per delinearla.

Conclusioni e chiusura (15 min)

Concedete 15 minuti per discutere brevemente di ciò che è stato fatto e raccogliere i punti di apprendimento.

Dispense (se presenti):

Commenti aggiuntivi (se presenti):

- Incoraggiare la partecipazione attiva per garantire l'ascolto di diverse prospettive.
- Siate pronti a guidare le discussioni per rimanere concentrati.
- Utilizzate esempi reali, best practice e storie di successo per ispirare e motivare i partecipanti. Potete trovare esempi da utilizzare sulle migliori pratiche nel nostro sito web <http://socialentrepreneurship-youth.eu/eyes>.
- Naturalmente questo sarà solo un antipasto, perché nei diversi workshop si potranno esplorare meglio ciascuno di questi aspetti, ma con un tempo limitato è una buona idea dare un'occhiata alla creazione di un'idea complessiva.
- Le spiegazioni sulla Value Proposition e sui modelli Canvas contenute in questo schema sono semplificate, ma è possibile fornire ulteriori informazioni.
- Se i partecipanti hanno già delle idee imprenditoriali sociali pronte, possono lavorare direttamente con loro.

7.5 - Sviluppo di idee creative

Titolo del workshop: <i>"Viaggio nella fabbrica delle idee: Trasformare i sogni in realtà".</i>
Numero di workshop: 6
Argomenti: <i>Identificare i problemi e le esigenze del mercato, costruire idee per risolvere tali esigenze.</i>
Metodi utilizzati: <i>Disegno, brainstorming, lavori di gruppo e discussioni.</i>
Gruppo target: <i>Da 5 a 20 giovani, studenti, operatori giovanili, giovani imprenditori.</i>
Tempo: 120 minuti
Materiali: <i>Carta, matita e penne per ogni partecipante, pennarelli colorati, lavagna a fogli mobili o bianca, materiale per le presentazioni di gruppo, come un proiettore o uno schermo.</i>
<p>Obiettivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Incoraggiare la creatività e il pensiero laterale dei partecipanti.</i> • <i>Motivare e guidare i partecipanti a sviluppare idee innovative e originali.</i> • <i>Aiutare i partecipanti a selezionare l'idea più adatta e fattibile per un progetto imprenditoriale.</i>
<p>Attività:</p> <p>Introduzione (20 min) Introduce l'argomento con il PPT su questo esercizio che potete trovare nella cartella https://drive.google.com/drive/folders/1Y2UdM66G2wxdY9ctpTJXgzF4IBPhyl55.</p> <p>Idee creative su un progetto (10 min) I partecipanti devono disegnare o scrivere idee folli e immaginarie su fogli di carta. Non ci sono restrizioni e le idee possono essere il più possibile libere e selvagge.</p> <p>Brainstorming (10 min) Ogni partecipante sceglie 2-3 idee dai propri disegni o scritti e le condivide con il gruppo. L'intero gruppo discute e apporta nuove lamelle a queste idee, dando vita a una vera e propria sessione di brainstorming.</p> <p>Creazione di progetti (30 min) I partecipanti si dividono in piccoli gruppi e ogni gruppo deve scegliere una o due idee dal brainstorming per sviluppare un progetto. Devono descrivere in dettaglio la funzionalità, lo scopo e il pubblico di riferimento del loro progetto.</p>

Valutazione del progetto (20 min)

Ogni gruppo presenta il proprio progetto al resto del gruppo. Poi, in base ai concetti della tabella **POTENZIALE VS. APPLICAZIONE**, devono offrire un'autocritica della loro idea, pensando al suo reale potenziale di attuazione e al suo impatto sulla società.

Migliorare il progetto (10 min)

I team prendono in considerazione critiche e riflessioni e rivedono i loro progetti per migliorarli. Possono modificare l'idea originale, pensare a un'implementazione più pratica o scoprire un pubblico più preciso.

Presentazione e discussione finale (20 minuti)

Infine, i team presentano i loro progetti modificati e il gruppo, insieme al facilitatore, li discute ponendo l'accento sul potenziale e sull'applicabilità dell'idea presentata.

Riflessioni e conclusioni (10 minuti)

Il facilitatore del workshop conduce una discussione su ciò che hanno imparato nel workshop, su come potrebbero applicare queste tecniche nella loro vita quotidiana e su come la creatività può avere un impatto sulla società.

Dispense (se presenti)

Alcune idee:

Modello: <https://miro.com/es/login/>

Voto a punti: <https://www.funretrospectives.com/dot-voting/>

Commenti aggiuntivi (se presenti):

- Questo workshop non solo promuoverà la creatività dei partecipanti, ma insegnerà loro anche come valutare e criticare le idee da una prospettiva costruttiva e pratica. Questo li doterà di importanti competenze per qualsiasi progetto o impresa creativa che potranno intraprendere in futuro.
- Assicuratevi che tutti i partecipanti partecipino alle discussioni e alle attività.
- Fornire un feedback costruttivo e una motivazione continua ai partecipanti.
- Adattare il contenuto e il focus della sessione in base alle esigenze e alle competenze dei partecipanti.

Titolo del workshop: <i>Changemaker in azione: Strategie di imprenditorialità sociale</i>
Numero di workshop: 7
Argomenti: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Introduzione all'imprenditoria sociale</i> • <i>Comprendere i diversi modelli di imprenditoria sociale</i> • <i>Sviluppare soluzioni sostenibili</i>
Metodi utilizzati: <i>Workshop interattivo con discussioni di gruppo e brainstorming.</i>
Gruppo target: <i>Imprenditori che cercano di passare all'imprenditoria sociale, giovani interessati all'imprenditoria sociale, potenzialmente imprenditori sociali, di età compresa tra i 20 e i 30 anni</i>
Tempo: <i>120 minuti</i>
Materiali: <i>Laptop, lavagna con pennarelli, post-it, pennarelli/penne/matite, schermo/proiettore.</i>
Obiettivi: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Introdurre i partecipanti al concetto di imprenditorialità sociale e al suo significato odierno.</i> • <i>Esplorare i vari modelli di imprenditoria sociale e comprenderne i diversi approcci e benefici.</i> • <i>Consentire ai partecipanti di identificare le questioni sociali rilevanti e di sviluppare soluzioni innovative e sostenibili.</i>
Attività: Energizer (5 min) Un'attività divertente e stimolante per riscaldarsi e prepararsi al lavoro. Introduzione all'imprenditoria sociale (20 min) Iniziate il workshop con un'attività interattiva e coinvolgente che introduca il concetto di imprenditorialità sociale. Ad esempio, utilizzate un breve video che mostri l'impatto di un'impresa sociale di successo.

[Che cos'è l'imprenditoria sociale?](#) - ascolta i partecipanti allo Skoll World Forum 2019 che rispondono a Che cos'è l'imprenditoria sociale.
[Imprenditoria sociale 101](#) - un webinar informativo condotto dal responsabile del programma EPICentre e da Sydney Thompson.

Dopo l'introduzione, fornite a ogni partecipante un piccolo taccuino o un foglio e una penna per annotare i loro pensieri iniziali e/o le loro domande sull'imprenditoria sociale. Invitateli a condividere le loro idee per individuare gli elementi comuni delle loro risposte.

Comprendere i diversi modelli di imprenditoria sociale (40 min.)

Dividete i partecipanti in piccoli gruppi e fornite a ciascun gruppo un set di materiali per prendere appunti a mano o con il computer portatile. Assegnate a ciascun gruppo un tipo di modello di imprenditoria sociale.

Istruire i gruppi a creare una rappresentazione visiva, ad esempio attraverso infografiche, presentazioni PPT, ecc. del modello loro assegnato utilizzando i materiali forniti. Possono disegnare diagrammi, scrivere le caratteristiche chiave e includere esempi rilevanti. Inoltre, dovranno trovare aziende o iniziative che siano esempi rappresentativi di ciascun modello. La ricerca è consentita e gradita in questa fase, ma si può anche sfruttare l'esperienza personale.

Ogni gruppo presenta il proprio modello all'intero workshop, illustrandone le caratteristiche principali e spiegando come le imprese sociali individuate abbiano tratto vantaggio da questi modelli.

Sviluppare soluzioni sostenibili (30 min)

Presentate e nominate alcune sfide sociali e ambientali di vita reale che stanno prevalendo nel mondo e nell'epoca, rilevanti per i partecipanti o per la loro comunità. Chiedere ai partecipanti se vogliono scegliere in modo trasparente o casuale la sfida/problema su cui saranno invitati a lavorare o lasciare che ne suggeriscano una da soli.

Chiedete a ciascun gruppo di scegliere una o più sfide su cui lavorare, che siano di interesse a livello locale, assicurando che venga selezionata una gamma diversificata di argomenti.

Incaricare i gruppi di collaborare e progettare una soluzione sostenibile per affrontare la sfida scelta, utilizzando il modello di imprenditoria sociale assegnato e le risorse della loro attività imprenditoriale reale o immaginaria.

Nella loro soluzione, i gruppi devono considerare fattori quali l'efficacia dei costi, la scalabilità e l'impatto a lungo termine.

Presentazioni delle soluzioni e feedback (20 min)

Ogni gruppo presenta la propria soluzione sostenibile al resto del workshop.

Dopo ogni presentazione, incoraggiare l'altro altri partecipanti a fornire un feedback costruttivo e a porre domande per fornire un feedback costruttivo e porre domande per affinare ulteriormente le soluzioni.

Facilitare una discussione su come ogni modello di imprenditoria sociale contribuisce alla sostenibilità delle soluzioni proposte.

Riflessione e conclusione (15 min)

Riunite tutti i partecipanti per una discussione riflessiva. Chiedete loro di condividere le loro intuizioni sul workshop, ciò che hanno imparato e come possono applicare le conoscenze a situazioni reali.

Invitate i partecipanti a scrivere i loro punti chiave su foglietti adesivi e ad affiggerli su una lavagna designata in modo che tutti possano vederli. In alternativa, utilizzate il sito <https://www.mentimeter.com/> per i commenti anonimi.

Infine, concludete il workshop riassumendo l'importanza per il sociale dell'imprenditorialità e il suo potenziale di cambiamento positivo.

Eventuali dispense:

Potete trovare le presentazioni PPT utili per svolgere le diverse parti del workshop nella nostra cartella drive:

<https://drive.google.com/drive/folders/1Y2UdM66G2wxdY9ctpTJXgzF4IBPhyl55>

Per la Parte 1: 7.1 con definizione, principi fondamentali, forme, impatto, ecc

Per la Parte 2: 7 tipi di modelli di imprenditorialità sociale (per ogni modello verranno creati piccoli poster o flashcard da utilizzare nel workshop).

Per la Parte 3: 7.2 per soluzioni sostenibili alle sfide sociali e ambientali

Commenti aggiuntivi (se presenti):

- Incoraggiare la partecipazione attiva per garantire l'ascolto di diversi punti di vista.
- Essere pronti a guidare le discussioni per rimanere concentrati sui modelli di imprenditoria sociale e sulle soluzioni innovative.
- Utilizzare esempi reali, best practice e storie di successo per ispirare e motivare i partecipanti.
- Enfatizzare l'applicazione pratica dei concetti del workshop per ispirare i partecipanti ad agire oltre la sessione.

7.7 - Definizione di obiettivi, missione e visione

Titolo del seminario: <i>"Viaggio nella fabbrica delle idee: Trasformare i sogni in realtà".</i>
Numero di workshop: 8
Argomenti: <i>Sviluppo di obiettivi personali e professionali, missione e visione futura</i>
Metodi utilizzati: <i>Workshop interattivo, esercizi di gruppo e discussioni di gruppo</i>
Gruppo target: <i>Da 10 a 20 studenti universitari, operatori giovanili e giovani imprenditori.</i>
Tempo: 120 minuti
Materiali: <i>Cancelleria, cartoncini, pennarelli, lavagna bianca o a fogli mobili, proiettore.</i>
<p>Obiettivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Presentare i concetti di missione, visione e obiettivi dell'azienda.</i> • <i>Insegnare ai partecipanti come definire obiettivi efficaci utilizzando il metodo SMART.</i> • <i>Stimolare la creatività e il pensiero strategico creando e pianificando un'azienda fittizia.</i>
<p>Attività:</p> <p>Introduzione al metodo SMART e a Missione, Visione e Obiettivi (20 min.)</p> <p>In questa fase si spiegherà la definizione del metodo SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, and Timely), come applicarlo e quali sono, e come definire missione, visione e obiettivi. Il tutto può essere integrato con video esplicativi o presentazioni.</p> <p>La presentazione è disponibile nella cartella dedicata ai materiali per la formazione del progetto: https://drive.google.com/drive/folders/1Y2UdM66G2wxdY9ctpTJXgzF4IBPhyl55.</p> <p>Creazione di un'azienda (20 min)</p> <p>Le persone dovranno definire il tipo di azienda, il settore di appartenenza, i prodotti o i servizi offerti e il pubblico di riferimento. Saranno divisi in gruppi di 3 o 4 membri per svolgere le seguenti fasi.</p> <p>Definizione di Missione, Visione e Obiettivi (20 min)</p> <p>I gruppi dovranno definire la missione, ovvero la ragione di esistere dell'azienda e il suo scopo. La visione, ovvero ciò a cui l'azienda aspira, dove vuole arrivare. Infine, gli obiettivi, ovvero i traguardi a breve, medio e lungo termine dell'azienda.</p> <p>Applicazione del metodo SMART agli obiettivi (20 min)</p>

Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.



In questa fase, ogni gruppo dovrà applicare il metodo SMART agli obiettivi che ha stabilito, in modo che gli obiettivi siano più chiari, concreti e realistici e che i giovani capiscano l'importanza di avere una scadenza per raggiungerli.

Presentazione e analisi (30 min)

In questa fase dell'attività, ogni gruppo presenterà la propria azienda fittizia, spiegandone la missione, la visione e gli obiettivi con l'applicazione del metodo SMART. Infine, verrà effettuata un'analisi critica costruttiva di ciascun caso, suggerendo miglioramenti.

e rafforzare i successi.

Dispense (se presenti)

Manuale per definire la missione e la visione della vostra azienda: [Link](#)

Business Templates: [Link](#)

Modelli SMART: [Collegamento](#)

Modelli di missione e visione: [Link](#)

Citazione: <https://www.youtube.com/watch?v=HxBZKd-7wTc>

Commenti aggiuntivi (se presenti):

- Assicuratevi che tutti i partecipanti partecipino alle discussioni e alle attività.
- Fornire un feedback costruttivo e una motivazione continua ai partecipanti.
- Adattare il contenuto e il focus della sessione in base alle esigenze e al livello di competenza dei partecipanti.

7.8 – Mappatura dei competitor

<p>Titolo del seminario: <i>"Competere per avere successo: Padroneggiare la mappatura dei competitor per l'imprenditoria sociale"</i></p>
<p>Numero di workshop: 9</p>
<p>Argomenti: <i>Importanza della mappatura della concorrenza; Strumenti e tecniche per la mappatura della concorrenza; Ricercare, Identificare e Analizzare i Competitor; Sviluppare Strategie competitive</i></p>
<p>Metodi utilizzati: <i>Presentazioni, multimedia, Brainstorming, gamification, casi studio, attività pratiche</i></p>
<p>Gruppo target: <i>Da 10 a 20 giovani interessati all'imprenditoria sociale, potenzialmente imprenditori sociali.</i></p>
<p>Tempo: 120 minuti</p>
<p>Materiali: <i>Schermo o proiettore, lavagne a fogli mobili, lavagna bianca con pennarelli, post-it e penne.</i></p>
<p>Obiettivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Capire l'importanza della mappatura dei concorrenti nell'imprenditoria sociale.</i> • <i>Identificare e analizzare i principali concorrenti del proprio settore.</i> • <i>Analizzare i punti di forza, le debolezze, le opportunità e le minacce dei concorrenti (analisi SWOT).</i> • <i>Formulare strategie competitive efficaci per differenziare le proprie iniziative.</i>
<p>Attività:</p> <p>Importanza della mappatura dei concorrenti (10 min)</p> <p>Iniziate il workshop con un'attività interattiva e coinvolgente che introduca l'importanza del vantaggio competitivo. Ad esempio, si può utilizzare un foglio bianco prestampato con diversi vantaggi personali speciali (mi piace viaggiare, mi trovo in una città emarginata, sono un fan di ..., ho una famiglia numerosa, ... ecc). Date a ogni partecipante lo stesso foglio e chiedetegli di raccogliere le firme degli altri partecipanti i cui vantaggi sono rappresentati sul foglio. Vince il partecipante con più firme.</p> <p>Caso studio: Grameen Bank (15 min)</p> <p>Riproduzione di un video del Prof. Muhammad Yunus (premio Nobel 2006) che parla del suo impegno sociale e di "Grameen Bank", che è sopravvissuta sul mercato grazie alla sua differenziazione, attraverso una banca tradizionale che si rivolge ai poveri.</p>

Discutere le riflessioni sul video con i partecipanti per capire come la mappatura della concorrenza sia importante per le imprese sociali come per le imprese tradizionali redditizie.

Strumenti e tecniche per la ricerca dei competitor (30 min)

Gioco introduttivo: I partecipanti vengono divisi in piccoli gruppi (3-4 gruppi) e viene chiesto loro di cercare i foglietti adesivi nascosti nella stanza. Il gruppo vincente è quello che raccoglie più foglietti adesivi.

Ogni nota adesiva comprende uno degli strumenti e delle tecniche.

Il facilitatore introduce vari strumenti e tecniche per condurre ricerche sulla concorrenza, come piattaforme online, sondaggi, interviste, focus group, osservazione e rapporti di mercato.

Dimostrazione: Il facilitatore mostra come utilizzare strumenti o piattaforme specifiche per la raccolta di informazioni sui concorrenti.

Identificazione e analisi dei competitor (20 min)

Analisi SWOT: I partecipanti imparano a condurre un'analisi SWOT per identificare i punti di forza, le debolezze, le opportunità e le minacce dei concorrenti.

Esercizio di gruppo: I partecipanti lavorano in piccoli gruppi per eseguire un'analisi SWOT su un caso di studio fornito o su un esempio reale di imprenditoria sociale. (Elrehla, Alashanek Ya Balady, Educate Me)

Attività: "Sfida della mappatura dei competitor" (15 min)

I partecipanti lavorano in gruppo per creare mappe visive dei concorrenti su grandi poster o lavagne.

Usano pennarelli, note adesive o altri materiali per rappresentare i concorrenti e le loro caratteristiche principali.

Presentazioni di gruppo e feedback (25 min)

Ogni gruppo presenta le proprie mappe dei competitor e spiega il proprio approccio alla mappatura. Il facilitatore e gli altri gruppi forniscono feedback, suggerimenti e apprezzamenti.

Riflessione e conclusione (5 min)

Riunite tutti i partecipanti per una discussione riflessiva. Chiedete loro di condividere le loro intuizioni dal workshop, ciò che hanno imparato e come possono applicare le conoscenze acquisite in situazioni reali.

Invitate i partecipanti a scrivere i loro punti chiave su dei post-it e ad affiggerli su una lavagna designata in modo che tutti possano vederli. In alternativa, utilizzate il [sito https://www.mentimeter.com/](https://www.mentimeter.com/) per i commenti anonimi.

Infine, concludete il workshop riassumendo l'importanza di mappare i concorrenti e di differenziare la vostra impresa sociale dalle altre.

Dispense (se presenti):

Commenti aggiuntivi (se presenti):

- Incoraggiare la partecipazione attiva per garantire l'ascolto di diverse prospettive.
- Siate pronti a guidare le discussioni per rimanere concentrati sui modelli di imprenditoria sociale e sulle soluzioni innovative.
- Utilizzare esempi reali, best practice e storie di successo per ispirare e motivare i partecipanti.
- Enfatizzare l'applicazione pratica dei concetti del workshop per ispirare i partecipanti ad agire oltre la sessione.

7.9 - Marketing per le imprese sociali

Titolo del workshop: <i>Marketing digitale per le imprese sociali</i>
Numero di workshop: 10
Argomenti: <i>Creare un'efficace strategia di marketing digitale su misura per le imprese sociali; comprendere e utilizzare le piattaforme dei social media per coinvolgere la comunità e promuovere l'impatto sociale; misurare il successo degli sforzi di marketing digitale e adattare la propria tattica di conseguenza.</i>
Metodi utilizzati: <i>Presentazioni interattive, discussioni di gruppo, attività pratiche, sessioni di domande e risposte.</i>
Gruppo target: <i>Da 10 a 20 giovani interessati all'imprenditoria sociale, membri di team di marketing, giovani imprenditori sociali, giovani attivi nelle ONG.</i>
Tempo: 120 minuti
Materiali: <i>Proiettore e schermo per le presentazioni, lavagna o lavagna a fogli mobili con pennarelli, materiale di cancelleria.</i>
<p>Obiettivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Fornire ai partecipanti le conoscenze per creare una strategia di marketing digitale in linea con la loro missione sociale.</i> • <i>Dimostrare l'uso efficace di diverse piattaforme di social media per la consapevolezza del marchio e il coinvolgimento della comunità.</i> • <i>Fornire strumenti per la creazione di contenuti convincenti per ispirare l'azione e il sostegno alle cause sociali.</i> • <i>Fornire metodi per tracciare, analizzare e interpretare i dati sulle prestazioni del marketing digitale.</i> • <i>Promuovere la collaborazione e la condivisione di idee all'interno del settore delle imprese sociali attraverso iniziative di marketing.</i>
<p>Attività:</p> <p>Introduzione (10 min) Accogliere i partecipanti, delineare l'ordine del giorno e spiegare gli obiettivi del workshop.</p> <p>Strategie di marketing digitale (10 min) Presentate le componenti di una strategia di successo, tra cui il pubblico target, il branding e lo storytelling per le imprese sociali. Cercate di presentare diversi strumenti, tra cui siti web, social media, campagne, dimostrazioni e altro.</p>

Pausa e attività interattiva (20 min)

Dividete i partecipanti in piccoli gruppi per discutere brevemente i loro attuali approcci al marketing. Lasciate che spieghino le diverse strategie di marketing delle imprese (sociali) che hanno trovato utili e perché, oltre a spiegare la loro esperienza in altri campi legati ai social media e al marketing digitale.

Presentazioni (15 min)

I partecipanti hanno la possibilità di raccontare ciò di cui hanno discusso in plenaria, delineando casi di studio rilevanti e spiegando perché hanno funzionato bene e cosa hanno trovato accattivante.

Attività di creazione di contenuti (30 min)

Negli stessi gruppi, i partecipanti redigono un calendario di contenuti di base per un'ipotetica campagna per favorire l'apprendimento pratico. Lasciate che facciano un brainstorming su un prodotto o un servizio da lanciare.

Presentazioni (15 min)

I partecipanti presentano il lavoro svolto e spiegano agli altri i loro progetti e come hanno lavorato.

Analisi e misurazione del successo (20 min)

Presentare gli strumenti e le tecniche per misurare l'impatto degli sforzi di marketing digitale, tra cui le metriche di Meta ads, le metriche di Google ads e le idee per strutturare gli obiettivi di reach e interazione e come misurarli.

Conclusione (10 min)

Riassumere i punti chiave, distribuire risorse aggiuntive e incoraggiare la collaborazione tra i partecipanti dopo il workshop.

Raccolta di feedback (5 min)

Distribuire e raccogliere moduli di feedback per valutare l'efficacia del workshop e identificare le aree di miglioramento.

Dispense (se presenti):**Commenti aggiuntivi (se presenti):**

- Incoraggiare la partecipazione attiva per garantire l'ascolto di diverse prospettive.
- Siate pronti a guidare le discussioni per rimanere concentrati.
- Utilizzate esempi reali, best practice e storie di successo per ispirare e motivare i partecipanti. Potete trovare esempi da utilizzare sulle migliori pratiche nel nostro sito web <http://socialentrepreneurship-youth.eu/eyes>.
- Se i partecipanti hanno già idee o progetti pilota di imprese sociali, possono utilizzarli come esempi su cui lavorare e ottenere un feedback.

7.10 - Valutazione dell'impatto sociale

Titolo del seminario: <i>Valutazione dell'impatto sociale</i>
Numero del workshop: <i>11</i>
Argomenti: <i>Valutazione dell'impatto sociale, tecniche di misurazione</i>
Metodi utilizzati: <i>Laboratori interattivi, esercizi di gruppo, brainstorming</i>
Gruppo target: <i>15-20 Giovani, Studenti, Operatori giovanili, Giovani Imprenditori</i>
Tempo: <i>90 minuti</i>
Materiali: <i>Lavagna bianca/lavagna a fogli mobili, fogli, pennarelli, flipchart, proiettore</i>
<p>Obiettivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Fornire ai partecipanti metodi e strumenti per valutare l'impatto sociale delle loro iniziative o progetti.</i> • <i>Fornire ai partecipanti approcci pratici per misurare e valutare l'efficacia di programmi o iniziative sociali.</i> • <i>Creare un ambiente ecologicamente, socio-culturalmente ed economicamente più sostenibile ed equo.</i> • <i>Creare un impatto sociale positivo affrontando e risolvendo le varie problematiche sociali che affliggono le comunità, la società e il mondo intero</i>
<p>Attività:</p> <p>Warm-up (10 min): Attività divertente per aiutare i partecipanti a familiarizzare e creare un'atmosfera amichevole all'inizio del workshop.</p> <p>Introduzione alla valutazione dell'impatto sociale (10 min.): Introdurre brevemente l'importanza della valutazione dell'impatto sociale e il modo in cui essa determina un cambiamento positivo. Evidenziare l'importanza della comprensione dei risultati.</p> <p>Tecniche di valutazione dell'impatto sociale (20 min.) Fornire una panoramica di varie tecniche di valutazione come i modelli logici, la teoria del cambiamento e gli indicatori chiave di prestazione (KPI). Evidenziare la rilevanza di questi metodi nella valutazione delle iniziative sociali.</p> <p>Esercizio di mappatura degli impatti (45 min) Dividete i partecipanti in piccoli gruppi e fornite a ciascun gruppo un foglio</p>

Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.



di carta e pennarelli, istruendoli a tracciare una mappa degli impatti previsti e non previsti di un'iniziativa o di un progetto sociale che conoscono. Incoraggiate il brainstorming e la visualizzazione dei vari soggetti interessati, degli effetti diretti e indiretti, dei potenziali risultati e dei risultati a breve e lungo termine. A turno, ogni gruppo presenta le proprie mappe di impatto al gruppo più ampio, discutendo gli impatti e le connessioni identificate.

Sintesi e discussione (20 min.):

Riassumere i punti chiave delle presentazioni di gruppo.

Aprire una discussione sulle sfide e le opportunità della valutazione dell'impatto sociale.

Evidenziare l'importanza della valutazione continua per la sostenibilità.

Dispense (se presenti)

- *Panoramica sull'analisi degli stakeholder: Definizione, vantaggi e strumenti* <https://www.productplan.com/glossary/stakeholder-analysis/>
- *Guida all'esercizio di mappatura dell'analisi delle parti interessate* <https://www.sessionlab.com/methods/stakeholder-analysis>
- *Modelli ed esempi di mappatura delle parti interessate* <https://miro.com/templates/stakeholder-analysis/>

Commenti aggiuntivi (se presenti):

1. *È possibile utilizzare esempi di vita reale tratti dalle buone pratiche del nostro sito web* <http://socialentrepreneurship-youth.eu/eyes>.
2. *Se i partecipanti hanno già sviluppato un'idea imprenditoriale, possono utilizzarla come esempio per la mappatura.*
3. *Scopri una guida utile sulla valutazione dell'impatto sociale su* <https://www.ocmsolution.com/social-impact-measurement/>

7.11 - Programmi e raccolta fondi per startup sociali

Titolo del seminario: <i>Strategie di crescita per le imprese sociali</i>
Numero di workshop: 12
Argomenti: <i>Identificare e far crescere modelli di business efficaci per le imprese sociali, sviluppare partnership e reti per la sostenibilità e la crescita, accedere a finanziamenti e investimenti per lo scaling up delle imprese sociali.</i>
Metodi utilizzati: <i>Presentazioni interattive, studi di casi reali, lavoro in piccoli gruppi, apprendimento tra pari ed esercizi di sviluppo della strategia.</i>
Gruppo target: <i>Da 10 a 20 giovani interessati all'imprenditoria sociale, giovani imprenditori sociali, giovani attivi nelle ONG.</i>
Tempo: 145 minuti
Materiali: <i>Proiettore e schermo per le presentazioni, lavagne a fogli mobili, pennarelli, post-it,</i>
<p>Obiettivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Comprendere le componenti fondamentali di strategie di crescita efficaci in un contesto di impresa sociale.</i> • <i>Conoscere i diversi tipi di partnership e i modi per costruire reti strategiche.</i> • <i>Esplorare le varie opzioni di finanziamento disponibili per l'espansione delle imprese sociali.</i> • <i>Sviluppare un piano d'azione personalizzato per far crescere le imprese sociali dei partecipanti.</i> • <i>Facilitare la creazione di reti tra i partecipanti per promuovere una comunità di supporto per l'impegno post-workshop.</i>
<p>Attività:</p> <p>Benvenuto e presentazioni (10 min) Attività per rompere il ghiaccio per far conoscere i partecipanti.</p> <p>Presentazione del workshop (10 min) Introdurre le strategie di crescita, con casi di studio che illustrano il successo della scalata.</p> <p>Valutazione dei modelli di business (30 min) Utilizzando i modelli forniti nel Workshop 7, i partecipanti identificano e valutano i loro attuali modelli di business in piccoli gruppi. Possono aggiungere dati sulla loro idea iniziale di crescita e sul punto in cui intendono arrivare e su quale sia il momento in cui si trovano. in questo momento. Se non hanno ancora lanciato la loro attività, lavorano alla creazione di un elenco di obiettivi che coprono il punto in cui vorrebbero arrivare</p>

tra 3 anni in termini di ricavi, l'impatto e la portata, e lavorano in base a questo. Al termine, ogni gruppo presenta brevemente i risultati principali.

Presentazione di partenariati e reti (15 min)

Vengono presentate le diverse possibilità di networking e partnership con diversi enti a livello locale o internazionale, per offrire possibilità di crescita. Alcuni esempi sono:

- Enti pubblici locali
- Organismi internazionali
- Clienti
- Altri fornitori di servizi
- Altre imprese sociali
- ONG
- Agenzie di marketing
- Media
- Fornitori di istruzione (scuole, IFP, università)

Crescita potenziale attraverso il networking (20 min)

I partecipanti scrivono su un post 2-3 degli organismi più importanti con cui fare rete per la crescita e i loro nomi. Vengono poi raggruppati a seconda dell'interesse. I gruppi discutono sulle strategie da adottare per avvicinare le diverse entità e su come coinvolgerle nei processi della SE per crescere.

Finanziamento della crescita Brainstorming (15 min)

I partecipanti indicano e descrivono le opzioni di finanziamento e le strategie di coinvolgimento degli investitori, compresi i fondi esistenti o chi potrebbe fornire ulteriori investimenti. Il facilitatore raccoglie le idee su una lavagna a fogli mobili o sullo schermo.

Workshop sul piano d'azione (30 min)

I partecipanti delineano un piano d'azione per la crescita, incorporando le strategie apprese con il supporto della facilitazione - dovrebbe includere le azioni che dovrebbero fare nei prossimi anni.

3 anni per raggiungere determinati obiettivi di crescita in termini di finanze, portata e riconoscimento. Le strategie vengono riportate su un foglio che poi viene appeso alla parete (o caricato in un drive) e gli altri partecipanti possono controllare e commentare.

Conclusione (15 min)

Riassumere i punti chiave, distribuire i moduli di valutazione e facilitare una discussione di gruppo conclusiva per consolidare i legami di rete avviati durante il workshop.

Dispense (se presenti):

Commenti aggiuntivi (se presenti):

- *Incoraggiare la partecipazione attiva per garantire l'ascolto di diverse prospettive.*
- *Siate pronti a guidare le discussioni per rimanere concentrati.*
- *Utilizzate esempi reali, best practice e storie di successo per ispirare e motivare i partecipanti. Potete trovare esempi da utilizzare sulle migliori pratiche nel nostro sito web <http://socialentrepreneurship-youth.eu/eyes>.*
- *Siate pronti a presentare ulteriori opportunità di finanziamento rispetto a quelle presentate dai partecipanti.*

7.12 - Gestione finanziaria

Titolo del workshop: <i>Come amministrare le proprie finanze?</i>
Numero del workshop: 13
Argomenti: <i>Raccolta fondi e avvio dell'impresa sociale, pianificazione finanziaria, tenere traccia delle spese e delle entrate, profitto sociale e profitto d'impresa</i>
Metodi utilizzati: <i>Laboratori interattivi, simulazioni, brainstorming, discussioni di gruppo.</i>
Gruppo target: <i>Da 10 a 20 giovani interessati all'imprenditoria sociale, giovani imprenditori sociali, giovani attivi nelle ONG.</i>
Tempo: 120 minuti
Materiali: <i>Proiettore e schermo per le presentazioni, lavagne a fogli mobili, pennarelli, post-it adesivi.</i>
<p>Obiettivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Far riflettere i partecipanti sulle possibili fonti di finanziamento iniziale per la loro impresa sociale.</i> • <i>Presentare diversi modelli di gestione delle risorse finanziarie</i> • <i>Familiarizzare i partecipanti con le strategie di pianificazione e gestione finanziaria.</i> • <i>Fornire suggerimenti contabili ai partecipanti</i>
<p>Attività:</p> <p>Introduzione (10 min) Spiegare ai partecipanti l'importanza della gestione finanziaria per le imprese sociali e l'idea che le SE debbano essere finanziariamente autosufficienti e che producano ricavi come qualsiasi altra impresa, pur avendo obiettivi sociali. Spiegate l'importanza di avere un piano e una strategia finanziaria e un sistema di gestione. Potete utilizzare la presentazione nelle dispense per fornire alcune idee.</p> <p>Generazione di idee (15 min) Chiedete ai partecipanti (divisi in gruppi di 4-5 persone) di riflettere su una questione sociale, ambientale o comunitaria su cui vorrebbero lavorare e di individuare una possibile idea imprenditoriale per affrontarla. Se hanno già lavorato su alcune idee imprenditoriali sociali, possono utilizzare quelle, ma devono sceglierne una per gruppo e assicurarsi che gli altri partecipanti ne siano a conoscenza.</p> <p>Avviamento (20 min) I partecipanti, negli stessi gruppi, devono lavorare alla creazione di un piano per l'avvio e il mantenimento della loro idea imprenditoriale sociale. Questo dovrebbe pensare al patrimonio minimo di cui ha bisogno per avviare la propria Impresa sociale e i relativi costi.</p>

Presentazioni (20 min)

I partecipanti possono presentare brevemente le loro idee e spiegare che tipo di costi hanno pensato. Gli altri partecipanti possono reagire e aggiungere. A questo punto non è necessario discutere dei costi effettivi, ma solo pensare a ciò che è necessario e fare un esercizio per entrare nell'idea.

Brainstorming su possibili raccolte di fondi (15 min)

Chiedete ai partecipanti di scrivere su dei post-it (1 post-it un concetto) i possibili modi per raccogliere fondi per avviare la loro SE. Possono lavorarci in piccoli gruppi. Dopo che hanno attaccato il post sulla lavagna, potete raggruppare quelli simili e aggiungerne altri se non sono stati menzionati.

Gestione finanziaria (20 min)

Dopo aver lanciato la loro impresa sociale, i partecipanti, nei loro gruppi, devono pensare a ciò di cui hanno bisogno su base annua per andare avanti e scalare (quindi potrebbero essere presi in considerazione investimenti aggiuntivi, ma sicuramente anche i costi necessari per il funzionamento quotidiano).

Devono pensare a tutte le cose di cui hanno bisogno per far funzionare la SE (ad esempio, personale, servizi, macchinari, trasporti, materie prime, locali e fatture, formazione ecc).

È possibile fornire alcuni dei modelli contenuti nella presentazione per facilitare tale operazione.

Conclusioni e chiusura (20 min)

I partecipanti riflettono sull'esperienza e, senza presentare il loro lavoro, dicono cosa è stato buono e/o difficile e i loro principali punti di apprendimento nell'attività, dichiarandolo per gli altri. Si può utilizzare la presentazione per fornire suggerimenti importanti per la gestione finanziaria (ad esempio, pensare a quando si devono pagare i servizi e a quando si avranno le entrate e il flusso di cassa, l'importanza di avere una riserva di denaro, i sistemi di contabilità e leggi pertinenti, ecc.)

Dispense (se presenti)

È possibile trovare una presentazione PPT pertinente, comprensiva di tabelle e modelli per gli esercizi, nella cartella dedicata nel nostro drive a questo link:

<https://drive.google.com/drive/folders/1Y2UdM66G2wxdY9ctpTJXqzF4IBPhyl55>

Commenti aggiuntivi (se presenti):

- *Incoraggiare la partecipazione attiva per garantire l'ascolto di diverse prospettive.*
- *Siate pronti a guidare le discussioni per rimanere concentrati.*
- *Utilizzate esempi reali, best practice e storie di successo per ispirare e motivare i partecipanti. Potete trovare esempi da utilizzare sulle migliori pratiche nel nostro sito web <http://socialentrepreneurship-youth.eu/eyes>.*
- *Fornire suggerimenti e idee quando i partecipanti hanno domande*

7.13 - Risorse umane

Titolo del seminario: <i>Potere alle persone: navigare nelle risorse umane</i>
Numero del workshop: 14
Argomenti: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Comprendere il ruolo unico delle risorse umane nelle imprese sociali</i> • <i>Adattare le strategie di reclutamento all'impatto sociale</i> • <i>Alimentare una cultura del lavoro orientata allo scopo e il coinvolgimento dei dipendenti</i>
Metodi utilizzati: <i>Workshop interattivo con discussioni di gruppo, casi di studio, giochi di ruolo.</i>
Gruppo target: <i>giovani interessati all'imprenditoria sociale, alla gestione, alla conduzione di team e alle pratiche HR per obiettivi di impatto sociale; giovani lavoratori; giovani imprenditori sociali.</i>
Tempo: 90 minuti
Materiali: <i>Proiettore e schermo per le presentazioni, computer portatili, lavagne a fogli mobili o bianche con pennarelli per le attività di gruppo.</i>
Obiettivi: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Comprendere il ruolo critico delle risorse umane nel raggiungimento degli obiettivi di impatto sociale nelle organizzazioni.</i> • <i>Imparare strategie efficaci per attrarre e trattenere risorse umane allineate con la missione e i valori dell'organizzazione.</i> • <i>Coltivare una cultura del lavoro orientata al raggiungimento degli obiettivi e che migliora l'impegno e coinvolgimento dei dipendenti.</i>
Attività: Energizer (5 minuti) Le risorse umane nelle imprese sociali (15 min) Dopo l'energizer, dedicate un po' di tempo a tutti per condividere le proprie esperienze nell'ambito dell'imprenditoria sociale e delle risorse umane, o delle risorse umane separatamente se non è possibile sviluppare la prima opzione.

Sottolineate l'importanza di allineare le strategie HR imprenditoriali con gli obiettivi di impatto sociale che l'impresa intende raggiungere. Dividete i partecipanti in gruppi e chiedete loro di definire un tipo di impresa sociale che vorrebbero sviluppare. Incaricateli di iniziare a pensare al numero e al tipo di dipendenti HR di cui avranno bisogno e di iniziare a costruire il loro dipartimento. Devono definire le responsabilità del loro dipartimento HR e il modo in cui contribuirà all'impatto sociale che l'impresa si prefigge.

Personalizzare le strategie di reclutamento per l'impatto sociale (30 min.)

Dividete i partecipanti in coppie e assegnate loro ruoli diversi: uno di loro apparterrà al team amministrativo dell'impresa e l'altro alla divisione Risorse Umane. L'impresa ha bisogno di assumere due nuovi dipendenti per incrementare le prestazioni dell'azienda. Dopo aver fatto tutte le ricerche che ritengono necessarie, devono scrivere quali dipendenti acquisire e organizzare una campagna sui social media sulle piattaforme più adatte per attirare i migliori candidati per le posizioni da ricoprire.

Alla fine, presenteranno i candidati che hanno scelto l'indirizzo e gli strumenti che hanno deciso di utilizzare per la loro campagna di social recruiting.

Alimentare una cultura del lavoro orientata allo scopo (30 min)

Discutere l'importanza di coltivare una cultura del lavoro orientata allo scopo per migliorare il coinvolgimento e l'impegno dei dipendenti.

Facilitare un'attività di gruppo per identificare i valori e le pratiche che contribuiscono a creare un ambiente di lavoro positivo nelle imprese sociali. Un elenco di valori, concetti e pratiche

Si possono preparare delle pratiche sulla base delle quali i partecipanti possono lavorare per individuare quelle più adatte alle imprese sociali. I partecipanti possono lavorare individualmente o in gruppo e possono ispirarsi all'ambiente di lavoro in cui si muovono o costruirne uno per la propria impresa sociale.

Conclusione e valutazione (10 min)

Riassumere le intuizioni chiave del workshop e la loro applicabilità alle imprese sociali.

Distribuire moduli di valutazione per raccogliere il feedback dei partecipanti.

Eventuali dispense:

La presentazione PPT per introdurre e lavorare su questo argomento è disponibile nei materiali su google drive a questo link:

<https://drive.google.com/drive/folders/1Y2UdM66G2wxdY9ctpTjXqzF4IBPhyl55>

Commenti aggiuntivi (se presenti):

- *Adattare gli esempi e i casi di studio per riflettere le sfide e le opportunità uniche delle imprese sociali.*
- *Incoraggiare i partecipanti a condividere le proprie esperienze e le migliori pratiche in materia di risorse umane.*
- *Sottolineare l'importanza della missione sociale, garantendo al contempo pratiche HR efficaci.*
- *Facilitare sessioni di brainstorming che incoraggino soluzioni creative alle sfide delle risorse umane nel settore dell'impatto sociale.*

7.14 - Espandersi, formarsi e crescere

<p>Titolo del seminario: <i>Dare forza agli imprenditori sociali: Espandersi per una crescita sostenibile</i></p>
<p>Numero di workshop: 15</p>
<p>Argomenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Comprendere i principi di scalabilità nell'imprenditoria sociale</i> • <i>Identificare le opportunità di crescita e le sfide potenziali</i> • <i>Pianificazione strategica e scalabilità dell'impatto</i> • <i>Costruire e guidare team ad alte prestazioni</i>
<p>Metodi utilizzati: <i>Workshop interattivo con discussioni ed esercitazioni di gruppo.</i></p>
<p>Gruppo target: <i>(Futuro) Imprenditori sociali, imprenditori che cercano di portare le loro imprese sociali al livello successivo, giovani interessati all'imprenditoria sociale, di età compresa tra i 20 e i 30 anni.</i></p>
<p>Tempo: <i>90 minuti</i></p>
<p>Materiali: <i>Lavagna bianca/flipchart e pennarelli, proiettore e schermo per presentazioni multimediali, dispense e fogli di lavoro per i partecipanti, penne e fogli di carta.</i></p>
<p>Obiettivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Fornire ai partecipanti le conoscenze e le strategie per far scalare efficacemente le loro imprese sociali.</i> • <i>Fornire approfondimenti sulle sfide e le opportunità comuni nella scalata delle imprese sociali.</i> • <i>Consentire ai partecipanti di sviluppare piani attuabili per una crescita sostenibile e un maggiore impatto sociale.</i> • <i>Facilitare il networking e la collaborazione tra gli imprenditori sociali.</i>

Attività:

Energizer (5 minuti)

Esercizio di gruppo (20 min)

Introdurre il concetto di scaling up nell'imprenditoria sociale. Facilitare una discussione di gruppo sulle aspirazioni di scaling dei partecipanti e sulle sfide che si aspettano di affrontare o che hanno affrontato.

I partecipanti formano piccoli gruppi e fanno un brainstorming sulle potenziali opportunità di crescita delle loro imprese. Ogni gruppo presenta i propri risultati e discute le potenziali sfide che potrebbero incontrare durante la scalata.

Costruire strutture organizzative per una crescita sostenibile (20 min)

Il facilitatore presenta diversi modelli di scaling organizzativo (ad esempio, partnership, franchising) e i loro vantaggi. Discussione di gruppo: I partecipanti condividono i loro pensieri su quali modelli si adattano meglio alle loro iniziative.

Pianificazione strategica per aumentare l'impatto (20 min)

Presentare ai partecipanti i quadri di pianificazione strategica per la scalata delle imprese sociali. Dopo averli visti, i partecipanti sono invitati a sviluppare un piano di crescita di base, delineando gli obiettivi e le fasi d'azione principali. Possono lavorare in coppia o in gruppo e basarsi su un'impresa sociale che vorrebbero far nascere.

Costruire team ad alte prestazioni (20 min)

I partecipanti si scambiano idee sulle strategie di sviluppo e gestione dei team. Il facilitatore sottolinea il ruolo di una leadership efficace nella costruzione e nella guida di team ad alte prestazioni. I partecipanti sono divisi in coppie e vengono assegnati loro i ruoli di pro e contro. In base al loro ruolo, forniscono i fattori e gli elementi che aiutano e ostacolano il team building in un'impresa sociale.

Domande e risposte e conclusione (5 min)

Aprire la discussione per domande e risposte. Il facilitatore riassume i punti chiave e invita i partecipanti a condividere il loro punto di vista sulla scalabilità, dopo l'attività.

Dispense:

Trovate la presentazione PPT pertinente per lavorare sull'argomento nei materiali contenuti in google drive a questo link:

<https://drive.google.com/drive/folders/1Y2UdM66G2wxdY9ctpTJXqzF4IBPhyl55>

Commenti aggiuntivi:

- *Ricerca e familiarizzare con i concetti di scala dell'imprenditoria sociale in anticipo per facilitare le discussioni in modo efficace.*
- *Siate aperti ai contributi e alle esperienze dei partecipanti, che potrebbero offrire spunti unici.*
- *Siate flessibili per affrontare sfide specifiche o argomenti rilevanti per le iniziative dei partecipanti.*
- *Favorire le opportunità di networking incorporando attività di gruppo che incoraggiare lo scambio di informazioni.*

8. La formazione dei formatori in Grecia

Parte dei workshop creati dal consorzio e descritti in questo documento

La pubblicazione è stata precedentemente testata in un'attività internazionale che ha coinvolto facilitatori, animatori, formatori, educatori e altri professionisti che si occupano di educazione dei giovani.

La formazione si è svolta a Larissa, in Grecia, presso la sede del nostro partner IED, e ha coinvolto un totale di 22 persone provenienti dai Paesi del partenariato.

La formazione dei formatori servirà a dare ai partecipanti coinvolti la possibilità di comprendere meglio il progetto, i valori, le idee e la metodologia formativa di EYES, fornendo loro gli strumenti necessari per lavorare a livello locale nei laboratori pilota che si svolgeranno nei mesi successivi, fornendo ai giovani le competenze per costruire le loro imprese sociali.

Durante la formazione si è discusso del progetto e della sua filosofia, del significato di Impresa Sociale in diversi contesti, dell'importanza di pubblicizzarla, renderla popolare tra i giovani e sostenere lo sviluppo di un nuovo gruppo di imprenditori sociali nell'area euro-mediterranea, dei concetti di Educazione Non Formale, delle competenze formative e dei diversi metodi per fornire un'educazione efficace e coinvolgente ai giovani.



Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

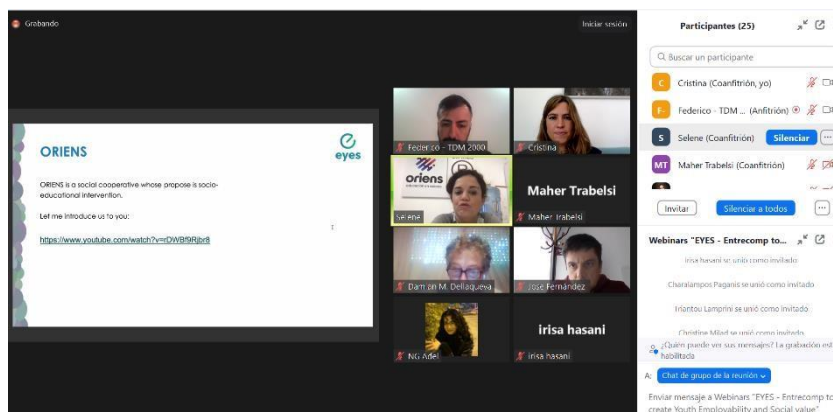
9. Gli webinar

L'ultima parte del pacchetto di lavoro sugli strumenti educativi che abbiamo sviluppato è stata la realizzazione di un ciclo di 8 webinar su argomenti rilevanti legati alla costruzione e alla gestione di un'impresa sociale di successo.

I webinar hanno esplorato una varietà di elementi e sono stati tutti composti da una presentazione sull'argomento del giorno, seguita da una presentazione approfondita, da una storia di vita reale o da un discorso motivazionale di un ospite di rilievo, che ha fornito ulteriori informazioni e consigli pratici provenienti dalla propria esperienza in materia.

La selezione degli ospiti ha compreso educatori, professori universitari, imprenditori sociali, imprenditori, responsabili di incubatori sociali e altri esperti.

Tutti gli webinar si sono conclusi con una sessione di domande e risposte che ha dato la possibilità ai numerosi iscritti che hanno seguito la diretta streaming di porre domande dirette agli esperti presenti, ottenendo ulteriori informazioni e risposte utili per la propria idea di social business.



I temi presentati sono stati i seguenti:

- 1) Impatto sociale ed etica
- 2) Networking con partner, sponsor e stakeholder
- 3) Dall'idea alla pratica e la paura di fallire
- 4) Resilienza
- 5) Gestione finanziaria
- 6) Comunicazione e relazioni con la comunità
- 7) Risorse umane
- 8) Leadership

Gli webinar sono disponibili anche in modalità offline e possono essere rivisti sul nostro sito <http://socialentrepreneurship-youth.eu/eyes> nella sezione Tools.

Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Per maggiori informazioni sul nostro progetto e sui suoi risultati, visitate il nostro sito web: <https://www.socialentrepreneurship-youth.eu/eyes>.

Unitevi alla nostra comunità e discutete di argomenti e opportunità rilevanti sull'imprenditoria sociale per i giovani e gli operatori giovanili.



Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.



Co-funded by
the European Union